

**PENGARUH *LIFESTYLE*, *DIGITAL PAYMENT*, DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM) TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**



Intelligentia - Dignitas

Disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Studi
S1 Pendidikan Ekonomi

Oleh:

RAKHMA AULIA

NIM : 1701622158

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 PENDIDIKAN EKONOMI
KONSENTRASI PENDIDIKAN AKUNTANSI
TAHUN 2026**

**THE INFLUENCE OF LIFESTYLE, DIGITAL PAYMENT, AND
ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM) ON THE
CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF STUDENTS AT THE
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS, STATE
UNIVERSITY OF JAKARTA**



Intelligentia - Dignitas

**Submitted as One of the Requirements for Obtaining a Bachelor's Degree in
Economics Education**

By:

RAKHMA AULIA

NIM : 1701622158

**STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
UNDERGRADUATE PROGRAM IN ECONOMIC EDUCATION
ACCOUNTING EDUCATION CONCENTRATION**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227
Laman unj.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING TUGAS AKHIR BENTUK: SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rakhma Aulia
NIM : 1701622158
Judul Penelitian : Pengaruh Lifestyle, Digital Payment dan Electronic Word of Mouth (EWOM) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta

ini telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diajukan dalam ujian tugas akhir.

Jakarta, 21 Juli 2026

Pembimbing/Pembimbing I/ Promotor,)*

Santi Susanti, S.Pd, M.Ak
NIP. 197701132005012002

Pembimbing II/ Ko-Promotor)*

Prof Dr. Suparno, M.Pd
NIP. 197908282014041001

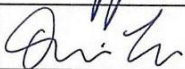
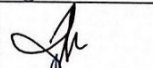
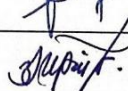
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR BENTUK : SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rakhma Aulia
NIM : 1701622158
Program Studi/Fakultas : S1 Pendidikan Ekonomi Konsentrasi Pendidikan
Akuntansi / Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Judul Penelitian : Pengaruh *Lifestyle, Digital Payment* dan *Electronic Word of Mouth (EWOM)* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta

Ini telah dipertahankan dihadapan dewan penguji dan dinyatakan *Lulus/ Tidak Lulus*)*
Ujian Tugas Akhir oleh Tim Penguji pada Tanggal 23 Juli 2026

Tim Penguji,

Ketua	Ati Sumiati, S.Pd., MM	
	NIP. 197906102008012028	
Penguji 1	Dwi Kismayanti Respati, M.Ak	
	NIP. 198901052020122016	
Penguji 2	Khansha Sindra Irfani, S.Ak, M.Ak	
	NIP. 199606192024062002	
Pembimbing 1	Santi Susanti, S.Pd., M.Ak	
	NIP. 197701132005012002	
Pembimbing 2	Prof. Dr. Suparno, S.Pd., M.Pd.	
	NIP. 197908282014041001	

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Prof. Dr. Mohammad Rizan, S.E., M.M.
NIDN/NUPTK. 0027067204

Koordinator Program Studi Pendidikan
Ekonomi


Prof. Dr. Suparno, S.Pd., M.Pd.
NIDN/NUPTK. 0028087905

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Nama Mahasiswa : Rakhma Aulia
NIM : 1701622158
Program Studi : S1 Pendidikan Ekonomi Konsentrasi Pendidikan Akuntansi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul TA : Pengaruh *Lifestyle, Digital Payment* dan *Electronic Word of Mouth* (EWOM) terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya tulis ilmiah ini.

Jakarta, 28 Juli 2026

Yang menyatakan,



UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
METRA
TEMAPEL
AAOX088713987

Rakhma Aulia

NIM. 1701622158

PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini,

saya: Nama : Rakhma Aulia
NIM : 1701622158
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis / S1 Pendidikan Ekonomi
Alamat email : rakhmaaulia351@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (... ..)

yang berjudul :

Pengaruh Lifestyle, Digital Payment dan Electronic Word of Mouth (EWOM) terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 06 Agustus 2026

Penulis

Rakhma Aulia

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh *Lifestyle*, *Digital Payment*, dan *Electronic Word of Mouth* (EWOM) terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.

Penulisan skripsi ini tentunya tidak lepas dari berbagai tantangan dan hambatan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat banyak kekurangan baik dalam isi maupun penyusunannya. Namun demikian, dengan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan rasa terima kasih yang tulus, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
2. Santi Susanti, S.Pd., M.Ak dan Prof. Dr. Suparno, M.Pd selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, waktu, kritik dan saran yang bermanfaat dengan penuh kesabaran dalam penyusunan skripsi ini.
3. Prof. Dr. Suparno, M.Pd. selaku koordinator program studi S1 Pendidikan Ekonomi.

4. Ati Sumiati, S.Pd., MM. selaku koordinator program studi S1 Pendidikan Akuntansi.
5. Kepada kedua orang tua penulis yang meskipun terpisah oleh jarak, namun kasih sayang, doa, dan dukungan mereka senantiasa hadir tanpa putus menjadi cahaya yang menerangi setiap langkah penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada teman-teman tercinta yang selalu setia menemani hari-hari penulis. Tawa, canda, dan kehangatan kalian adalah *oase* di tengah penatnya perjalanan penulisan ini. Kehadiran kalian menjadi pengingat bahwa tidak ada beban yang terasa berat bila ditanggung bersama.
7. Kepada seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, namun telah turut menorehkan peran dalam perjalanan penyusunan skripsi ini baik melalui kontribusi pikiran, semangat yang dibagikan, maupun bantuan dalam bentuk apa pun, penulis aturkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Setiap kebaikan yang diberikan tidaklah luput dari ingatan dan doa penulis.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menjadi kontribusi yang positif bagi dunia pendidikan, khususnya dalam memahami perilaku konsumtif mahasiswa di era digital.

Jakarta, 25 Juli 2026



Penulis

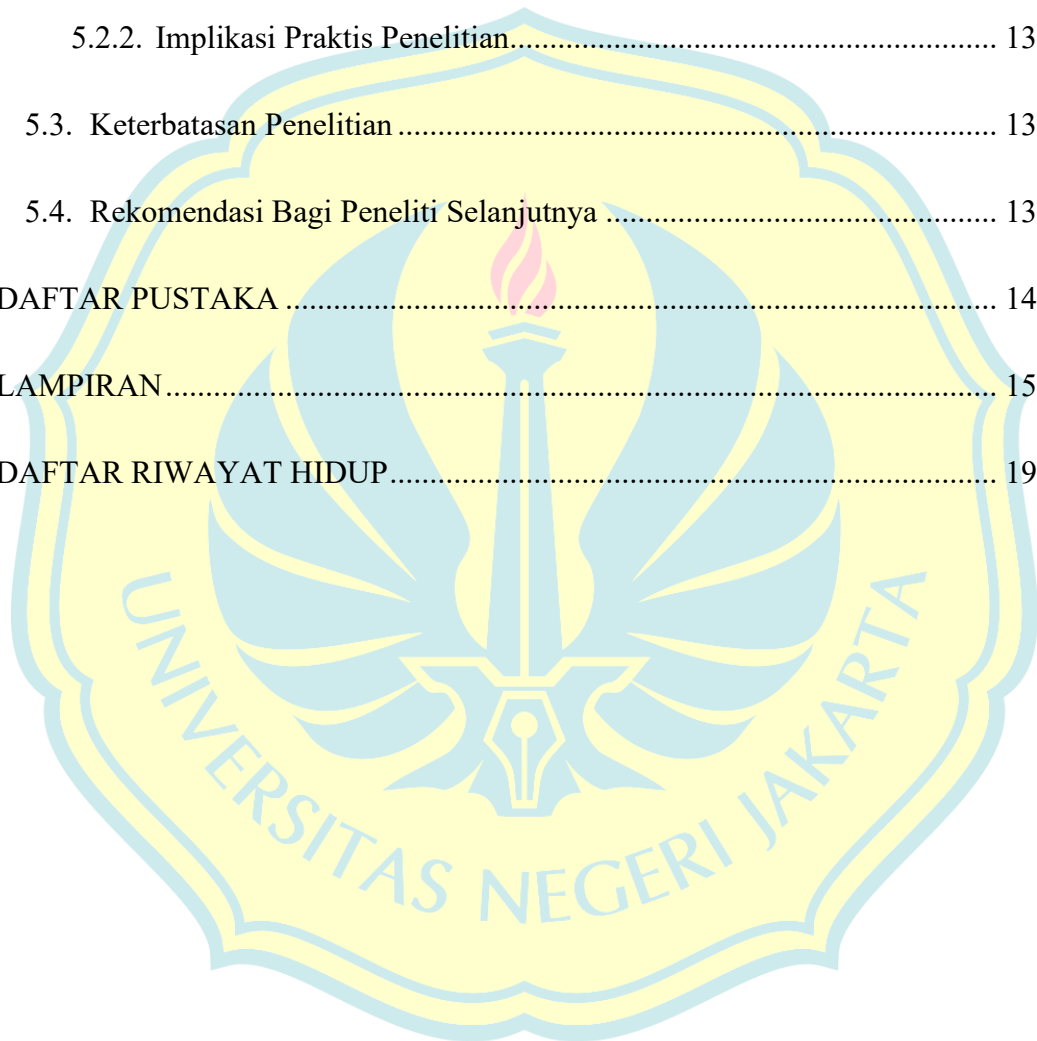
DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAKSI DAN KATA KUNCI.....	xvi
ABSTRACT AND KEYWORDS	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan.....	12
1.4 Manfaat.....	12
BAB II KAJIAN TEORI.....	15
2.1 Landasan Teori	15

2.1.1 Theory of Planned Behavior	15
2.1.2 Technology Acceptance Model (TAM)	18
2.1.3 Perilaku Konsumtif	21
2.1.4 Lifestyle.....	27
2.1.5 Digital Payment.....	34
2.1.6 Electronic Word of Mouth (EWOM)	41
2.2 Penelitian Terdahulu	46
2.3 Pengembangan Hipotesis	68
2.3.1 Pengaruh Positif Lifestyle terhadap Perilaku Konsumtif.....	68
2.3.2 Pengaruh Positif Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif.....	69
2.3.3 Pengaruh Positif EWOM terhadap Perilaku Konsumtif	71
2.3.4 Pengaruh Lifestyle, Digital Payment, EWOM secara simultan terhadap Perilaku Konsumtif	74
BAB III METODE PENELITIAN.....	77
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	77
3.1.1 Waktu Penelitian	77
3.1.2 Tempat Penelitian.....	77
3.2 Desain Penelitian.....	79
3.3 Populasi dan Sampel	82
3.3.1 Populasi.....	82

3.3.2 Sampel.....	83
3.4 Pengembangan Instrumen	86
3.5 Teknik Analisis Data	98
3.5.1 Uji Statistik Deskriptif	98
3.5.2 Uji Persyaratan Analisis	99
3.5.3 Uji Regresi Linier Berganda	100
3.5.4 Uji Hipotesis	100
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	102
4.1. Deskripsi Data	102
4.1.1 Deskripsi Profil Responden.....	102
4.1.2 Deskripsi Profil Data.....	104
4.2. Pengujian Data	119
4.2.1 Uji Asumsi Klasik.....	119
4.2.2 Uji Regresi Linear Berganda.....	120
4.2.3 Uji Hipotesis	122
4.3. Pembahasan.....	126
4.3.1 Pengaruh Positif Lifestyle terhadap Perilaku Konsumtif.....	126
4.3.2 Pengaruh Positif Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif....	128
4.3.3 Pengaruh Positif Electronic Word of Mouth (EWOM) terhadap Perilaku Konsumtif.....	131

BAB V PENUTUP.....	134
5.1. Kesimpulan.....	134
5.2. Implikasi.....	135
5.2.1. Implikasi Teoritis Penelitian	135
5.2.2. Implikasi Praktis Penelitian.....	136
5.3. Keterbatasan Penelitian	138
5.4. Rekomendasi Bagi Peneliti Selanjutnya	139
DAFTAR PUSTAKA	140
LAMPIRAN.....	157
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	195



DAFTAR TABEL

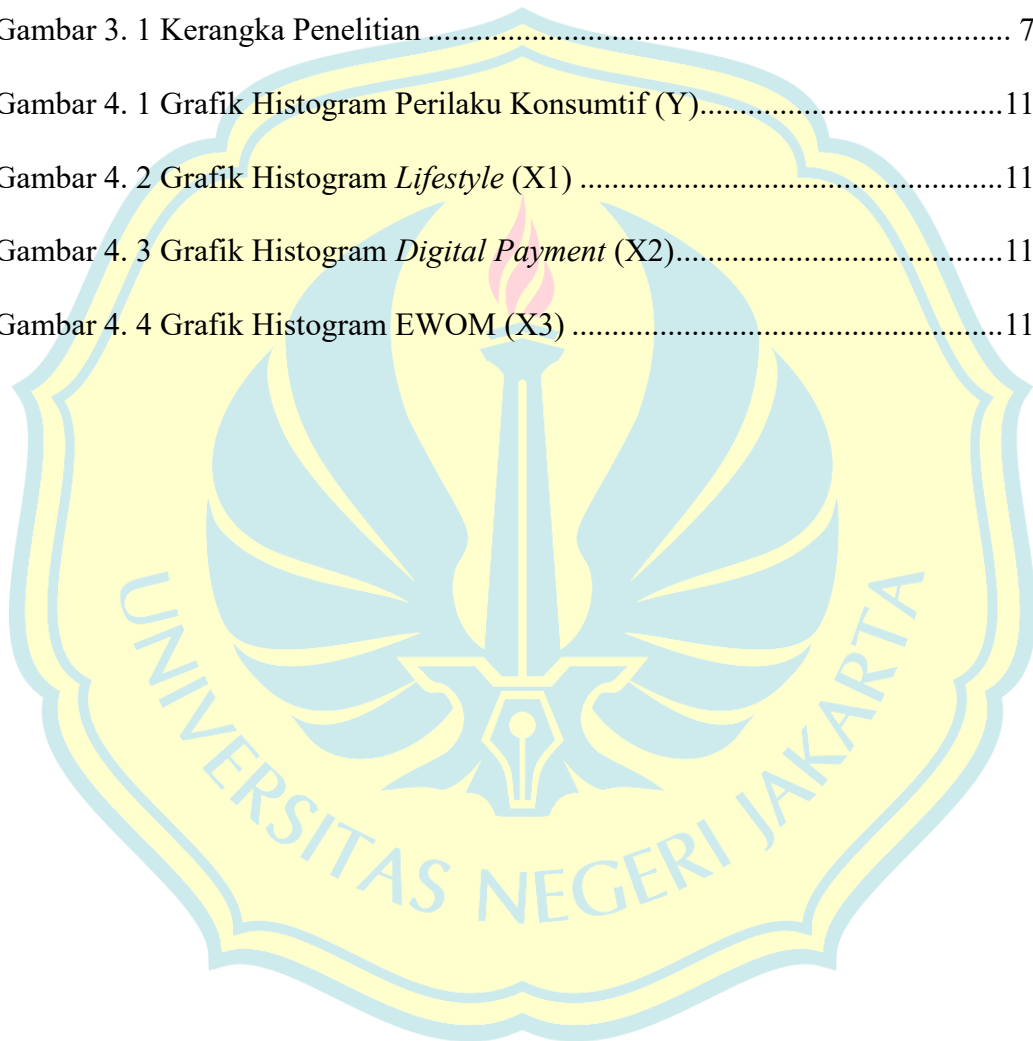
Tabel 3. 1 Pilihan Nilai dan Jawaban untuk Butir Item Pertanyaan.....	81
Tabel 3. 2 Jumlah Mahasiswa Aktif S1 FEB UNJ Angkatan 2022	83
Tabel 3. 3 Sebaran Sampel Penelitian	85
Tabel 3. 4 Kisi-Kisi Instrumen Perilaku Konsumtif.....	87
Tabel 3. 5 Kisi-Kisi Instrumen <i>Lifestyle</i>	91
Tabel 3. 6 Kisi-Kisi Instrumen <i>Digital Payment</i>	94
Tabel 3. 7 Kisi-Kisi Instrumen <i>Electronic Word of Mouth</i> (EWOM)	96
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	102
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	103
Tabel 4. 3 Statistik Deskriptif Perilaku Konsumtif (Y).....	104
Tabel 4. 4 Rata-rata hitung Skor Perilaku Konsumtif (Y)	105
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif <i>Lifestyle</i> (X1)	107
Tabel 4. 6 Rata-rata hitung Skor <i>Lifestyle</i> (X1)	107
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif <i>Digital Payment</i> (X2).....	109
Tabel 4. 8 Rata-rata hitung Skor <i>Digital Payment</i> (X2).....	110
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif EWOM (X3)	111
Tabel 4. 10 Rata-rata hitung Skor EWOM (X3)	112
Tabel 4. 11 Distribusi Frekuensi Perilaku Konsumtif (Y)	113
Tabel 4. 12 Distribusi Frekuensi <i>Lifestyle</i> (X1)	115
Tabel 4. 13 Distribusi Frekuensi <i>Digital Payment</i> (X2)	116
Tabel 4. 14 Distribusi Frekuensi EWOM (X3)	117
Tabel 4. 15 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	119

Tabel 4. 16 Uji Regresi Linear Berganda	120
Tabel 4. 17 Uji Parsial (Uji t)	122
Tabel 4. 18 Uji Simultan (Uji F)	124
Tabel 4. 19 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	125



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia.....	1
Gambar 1. 2 Persentase Penggunaan Platform Media Sosial	3
Gambar 2. 1 Model <i>Theory of Planned Behavior</i>	15
Gambar 3. 1 Kerangka Penelitian	79
Gambar 4. 1 Grafik Histogram Perilaku Konsumtif (Y).....	114
Gambar 4. 2 Grafik Histogram <i>Lifestyle</i> (X1)	116
Gambar 4. 3 Grafik Histogram <i>Digital Payment</i> (X2).....	117
Gambar 4. 4 Grafik Histogram EWOM (X3)	118



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Penelitian	157
Lampiran 2 Tabulasi Data	161
Lampiran 3 Tabel Pemetaan Indikator Variabel	178
Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas Perilaku Konsumtif (Y)	186
Lampiran 5 Uji Validitas dan Reliabilitas Lifestyle (X1)	187
Lampiran 6 Uji Validitas dan Reliabilitas Digital Payment (X2)	188
Lampiran 7 Uji Validitas dan Reliabilitas EWOM (X3)	189
Lampiran 8 Surat Izin Pengambilan Data Mahasiswa FEB UNJ	190
Lampiran 9 Kartu Konsultasi Pembimbingan Penulisan Skripsi	191
Lampiran 10 Surat Persetujuan Sidang Skripsi	192
Lampiran 11 Formulir Saran dan Perbaikan	193
Lampiran 12 Surat Keterangan Hasil Pindai Uji Kemiripan Naskah	194

ABSTRAKSI DAN KATA KUNCI

Rakhma Aulia. Pengaruh *Lifestyle*, *Digital Payment*, dan *Electronic Word of Mouth* (EWOM) terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, 2026.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *lifestyle*, *digital payment*, dan *electronic word of mouth* (EWOM) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada perkembangan gaya hidup modern, kemudahan transaksi melalui pembayaran digital, serta meningkatnya paparan informasi, ulasan, dan rekomendasi produk melalui media digital yang berpotensi mendorong perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 FEB UNJ angkatan 2022 sebanyak 626 mahasiswa, dengan sampel sebanyak 244 responden yang ditentukan menggunakan teknik *proportional random sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert 1-5 dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan IBM SPSS Statistics 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, yang berarti semakin tinggi gaya hidup mahasiswa, semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif; (2) *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, yang menunjukkan bahwa kemudahan dan efisiensi transaksi digital dapat mendorong peningkatan intensitas pembelian; (3) EWOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, yang menunjukkan bahwa paparan ulasan, opini, dan rekomendasi produk melalui media digital dapat memengaruhi keputusan konsumsi mahasiswa; dan (4) secara simultan, *lifestyle*, *digital payment*, dan EWOM berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan ini menunjukkan pentingnya meningkatkan kesadaran mahasiswa dalam mengelola gaya hidup, menggunakan *digital payment* secara bijak, serta bersikap kritis terhadap informasi, ulasan, dan rekomendasi produk yang diperoleh melalui media digital.

Kata kunci: *lifestyle*, *digital payment*, *electronic word of mouth*, perilaku konsumtif, mahasiswa

ABSTRACT AND KEYWORDS

Rakhma Aulia. *The Influence of Lifestyle, Digital Payment, and Electronic Word of Mouth (EWOM) on the Consumptive Behavior of Students at the Faculty of Economics and Business, State University of Jakarta. Faculty of Economics and Business, State University of Jakarta, 2026.*

This study aims to analyze the effects of lifestyle, digital payment, and electronic word of mouth (EWOM) on the consumptive behavior of students at the Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta. The background of this study is based on the development of modern lifestyles, the convenience of transactions through digital payments, and the increasing exposure to product information, reviews, and recommendations through digital media, which have the potential to encourage students' consumptive behavior. This study employed a quantitative approach using a survey method. The population consisted of 626 undergraduate students of FEB UNJ from the 2022 cohort, with a sample of 244 respondents determined using the proportional random sampling technique. Data were collected through a questionnaire using a 1–5 Likert scale and analyzed using multiple linear regression with the assistance of IBM SPSS Statistics 26. The results showed that: (1) lifestyle had a positive and significant effect on students' consumptive behavior; meaning that the higher the students' lifestyle, the higher their tendency toward consumptive behavior; (2) digital payment had a positive and significant effect on students' consumptive behavior, indicating that the convenience and efficiency of digital transactions can encourage an increase in purchase intensity; (3) EWOM had a positive and significant effect on students' consumptive behavior, indicating that exposure to product reviews, opinions, and recommendations through digital media can influence students' consumption decisions; and (4) lifestyle, digital payment, and EWOM simultaneously had a significant effect on students' consumptive behavior. These findings highlight the importance of increasing students' awareness of managing their lifestyle, using digital payments wisely, and critically evaluating product information, reviews, and recommendations obtained through digital media.

Keywords: *lifestyle, digital payment, electronic word of mouth, consumptive behavior, students*